

# **ANALISA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK BTPN KANCA MANADO**

**THOBIAS S. SARBUNAN**

**JHON MONTOLALU**

**TINNEKE M. TUMBEL**

## **ABSTRAK**

*Dalam era perdagangan bebas saat ini, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat di antara masing-masing perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga membuat setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen (pelanggan) serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memudahkan dari pada yang dilakukan para pesaing.*

*Kompleksitas tingkat pesaing suatu industri apakah itu industri manufacturing ataupun jasa menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Kualitas pelayanan yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan. Sudut pandang tersebut juga merupakan hal yang penting dalam merancang suatu sistem dalam manajemen.*

**Kata kunci : Kualitas, Pelayanan, dan Kepuasan.**

## **PENDAHULUAN**

Dalam era perdagangan bebas saat ini, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat di antara masing-masing perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga membuat setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen (pelanggan) serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih

memudahkan dari pada yang dilakukan para pesaing.

Kompleksitas tingkat persaingan suatu industri apakah itu industri manufacturing ataupun industri jasa menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Kualitas pelayanan yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan. Sudut pandang tersebut juga merupakan hal yang penting dalam

merancang suatu sistem dalam manajemen. Menurut *Nasution* (2005 : 45) ; dan *Gaspersz* (1997 : 73) karena pelanggan adalah orang yang menuntut organisasi/perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, karena itu memberikan pengaruh kinerja perusahaan, karena pelanggan adalah orang yang tidak bergantung kepada perusahaan, tetapi sebaliknya perusahaan/oraganisasi yang harus mengikuti keinginan pelanggan.

Pelanggan adalah orang yang menurut perusahaan dapat memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performa kita atau perusahaan manajemen. Dalam (*Nasution* 2004 : 101)\_\_\_ Pada dasarnya, di kenal dengan 3 jenis golongan pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu :

1. Pelanggan Internal

Adalah orang yang berada dalam suatu perusahaan dan memiliki pengaruh pada Performa pekerjaan (atau perusahaan) kita.

2. Pelanggan Antara

Adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk.

3. Pelanggan External

Adalah pembeli atau pemakai akhir produk yang biasa disebut dengan pelanggan nyata. Pelanggan external merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang

dihasilkan. (*Nasution* 2004. Manajemen Jasa terpadu).

Pada saat ini kualitas pelayanan dalam industri jasa telah menjadi kebutuhan pokok apabila industri jasa ingin berkompetisi dalam pasar global maupun pasar domestik. Tuntutan konsumen Indonesia terhadap tinggkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan industri jasa yang semakin meningkat.

Hal ini dapat ditunjukan melalui sebuah biro riset tentang kepuasan pelanggan yang dilakukan, dimana nampak bahwa tingkat kepuasan pelanggan dari industri jasa di Indonesia belum mencapai 100% oleh karena itu maka pihak industri jasa dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan.

*Gronroos* dalam *Arief* (2006 : 122), Mengartikan, dari pelayanan, pelanggan nasabah akan merespon apa yang telah didapat dan dirasakan. Jika pelayanan yang dilakukan mampu memberikan penghargaan berupa loyalitas. Seseorang nasabah yang puas cenderung akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (*Word Of Mouth*), atau memberi rekomendasi yang dapat menaikkan citra dari perusahaan tersebut.

Bila dilihat dari peta persaingan Bank-bank papan atas di Indonesia pada beberapa tahun ini, persaingan perbankan terlihat memang begitu kompetitif. Rasio

peningkatan kepemilikan dan pihak ketiga atau pihak-pihak yang bekerjasama yang dimiliki maka semakin baik hubungan bank tersebut dengan para nasabah dan juga dapat mencerminkan tingkat hubungan bank-bank tersebut dengan para nasabahnya.

Dalam data *Economic Review* menunjukkan peringkat kepemilikan dan pihak ketiga pada peta persaingan pada peta persaingan antara 11 (Sebelas) Bank papan atas di Indonesia, yakni Bank Mandiri, BCA, BRI, Danamon, BII, Bank Niaga, Permata Bank, Lippo, Panin Bank, BTPN. Sedangkan peringkat kredit adalah : Bank Mandiri, BRI, BNI, BCA, Danamon, Bank Niaga, Permata Bank, Panin Bank, BII, Lippo, BTN, BTPN. (*Economic Review*, No. 209 september 2007). Instansi publication tentang peningkatan perusahaan yang bergerak di bidang jasa public (*Central Library Institute Tecnology Bandung*).

Sebagai objek penelitian Bank BTPN Kantor Cabang Manado, pada awal tahun 2008, *Marketing Reserch Indonesia* (MRI) bekerjasama dengan *American Society For Quality Central* (ASQC), mengadakan penelitian pada 19 industri perbankan asing maupun lokal yang berada di Indonesisa, hasilnya diketahui bahwa Bank Mandiri menempati peringkat pertama dan Bank Danamon menempati urutan ke dua (2)

Sumber : [Http//ms. Wikipedia .org/wiki/pekali\\_Gini](http://ms.wikipedia.org/wiki/pekali_Gini) (Detik.Com). Sedangkan bank BTPN hanya sebagai pelengkap rating. Hasil survei ini menunjukkan bahwa bank-bank lokal memiliki bebrapa kelemahan, terutama pelayanan yang diberikan pada kantor-kantor cabang.

Dimana menunjukan bahwa 70% dari pelanggan menggunakan suatu produk/jasa adalah karena kualitas pelayanan telah memuaskan atau telah memenuhi harapan, dan bukan semata-mata karena harga yang mungkin relatif tinggi atau murah.

Dengan demikian, menghadapi persaingan yang semakin tinggi maka peningkatan kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan bagi setiap pelaku usaha agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Karena meningkat intensitas dan tingkat persaingan biasanya juga akan diikuti dengan semakin tingginya kualitas para pesaing yang terlibat. Salah satu kegiatan usaha dewasa ini yang tingkat persaingannya begitu tinggi adalah usaha jasa perbankan.

Di Indonesia, khususnya di Kota Manado dewasa ini terdapat cukup banyak perusahaan perbankan baik yang dikelola oleh pemerintah maupun pihak swasta, dimana masing-masing perusahaan perbankan tersebut memiliki berbagai macam produk unggulan yang ditawarkan

kepada masyarakat. Hal ini tentunya akan menimbulkan persaingan dalam menawarkan produk atau jasa antar sesama bank, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun pihak swasta.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat maka hal utama yang harus menjadi perhatian serius adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ditentukan antaralain oleh kualitas suatu jasa yang dikehendaki oleh pelanggan, jaminan kualitas yang menjadi prioritas utama bagi pihak perbankan yang ada pada saat ini khususnya dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing bank.

Adapun kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan, kinerja yang dirasakan. Dengan demikian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Dengan demikian maka yang membedakan antara suatu bank dengan bank yang lain adalah kualitas dalam memberikan pelayanan. Karena pada umumnya produk yang ditawarkan oleh masing-masing bank hampir sama, sehingga pelayananlah yang akhirnya menentukan keberhasilan bank tersebut. Untuk itulah maka setiap bank haruslah

berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar pelangganya merasa puas.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangatlah berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan pihak perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas pelayanan. Bila kualitas pelayanan yang dihasilkan baik dan pangsa pasar yang dimiliki besar, maka profitabilitasnya akan terjamin. Dengan demikian kualitas dan profitabilitas sangatlah berhubungan erat. Perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang baik maka perusahaan itu dapat mengalahkan pesaingnya yang memberikan pelayanan kurang baik.

Dari sekian banyak bank yang beroperasi di kota Manado, salah satunya bank BTPN Kanca Manado.

Untuk itulah maka berdasarkan masalah yang terlihat, sehingga penulis/peneliti berinisiatif untuk mengambil judul penulisan yaitu :” ***Analisa Kualitas pelayanan pada Bank BTPN Kanca Manado***”

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Pengertian Kualitas**

Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan dan spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (*Tjiptono dan Diana, 2002 : 2*).

*Menurut Ibrahim (2001 : 1)* kualitas adalah suatu strategi bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen dan eksternal, secara eksplisit dan implisit.

Konsumen yang memberi sebuah produk atau memakai suatu jasa mempunyai harapan (*expectations*), yaitu apabila kinerja produk atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melampaui

harapan konsumen bukan saja satu kali tetapi berulang-ulang kali sehingga memberikan kepuasan maka persepsi konsumen tersebut ialah bahwa dia telah memperoleh produk atau jasa yang mempunyai kualitas.

### **Kepuasan**

Kepuasan Nasabah adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk jasa (*Kotler 2000 : 36*)Kepuasan Nasabah hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya.Pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas system pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Jadi kualitas pelayan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.\

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan

konsumen serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabahnya, kesetiaan/loyalitas konsumen. Dengan tercapainya kualitas layanan yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan konsumen.

### **Pelayanan**

Dalam mengembangkan dan memasarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen dapat dilakukan melalui berbagai cara, yang diantaranya pelayanan. Pelayanan merupakan kata kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa.

Menurut *Kotler* (2001 : 464) pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan yang tak berwujud dan cepat hilang dan condong lebih dirasakan daripada dimiliki, serta para pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembelian.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam penelitian ini digunakan metode analisis deskriptif dan Kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian yang dikemukakan di muka menguraikan sifat-sifat dan mencari gambaran secara sistematis dari fakta-fakta yang diteliti serta menganalisis secara matematis sehingga tujuan dari penelitian ini dapat menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan.

#### **A. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel (X) kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah peranan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk dan jasa (Kotler 2000 : 36).

Kepuasan nasabah hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Jadi kualitas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat tercapai kepuasan konsumen.

Sedangkan variabel (Y) berdasarkan uraian kualitas dan pelayanan, maka ini akan dikemukakan pengertian tentang pelayanan itu sendiri.

Kualitas pelayanan adalah ukuran penilaian yang menyeluruh dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan kinerja pelayanan aktual yang diterima pelanggan.

Menurut *Wyckoff* dalam *Tjiptono* (1998 : 59) kualitas pelayanan adalah

tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut adalah untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan itu :

1. Expected Service (pelayanan yang diharapkan)
2. Preceived Service (pelayan yang dirasakan)

### **B. Rancangan Penelitian**

Dalam penelitian ini rancangan penelitian yang dipergunakan adalah penelitian deskriptif-kualitatif yaitu untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis, faktual dan akurat. Untuk itu maka penelitian ini diharuskan pada pendekatan aspek tingkat pelaksanaan/kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan pelanggan/nasabah.

### **C. Populasi dan Sampel**

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah bank BTPN kanca Manado, yang dikelompokkan penulis adalah :

1. Nasabah Pensiunan Pegawai Negeri
2. Nasabah Pengusaha dan Pebisnis

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa populasi dari penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

Menurut *Roscow* dalam *Sekaran* (1992) untuk penelitian yang populasinya tidak diketahui maka jumlah sampel lebih dari 30 dan lebih kecil dari 500 dianggap sudah mewakili populasi tersebut.

Berdasarkan pendapat diatas, maka sampel dalam penelitian ini diambil sebanyak 40 responden.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang dipakai adalah primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pelanggan/nasabah berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuisioner. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain, yaitu pihak bank mengenai keadaan nasabah.

### **E. Metode Analisis**

#### **1. Statistik Deskriptif**

Dalam penelitian ini menggunakan analisis *statistic deskriptif* atau *deduktif* dan *statistic induktif*. Menurut *Irawan* (2001 :3) statistik deskriptif atau statistik deduktif adalah statistik dimana tingkat pekerjaannya mencakup cara pengumpulan, penyusunan atau mengatur, mengelolah, menyajikan dan menganalisis data angka agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas dan jelas

mengenai keadaan peristiwa, atau gejala tertentu sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Menurut Umar (2003), uji validitas menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Jika menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data, kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukurnya. Instrumen yang valid dapat diartikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data adalah valid. Langkah-langkah dalam menguji validitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Mendefinisikan secara operasional suatu konsep yang akan diukur.
- 2) Melakukan uji coba pengukuran tersebut pada sejumlah responden.
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 4) Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, dengan menggunakan bantuan

software SPSS versi 17,0, atau dengan memakai rumus teknik korelasi *Pearson product moment* berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

dimana :

R = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

X = Skor masing-masing pernyataan dari tiap responden

Y = Skor total semua pernyataan dari tiap responden.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukuran seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan teknik *Cronbach*. Teknik ini digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya memiliki rentang nilai antara beberapa nilai, misalnya 0-10 atau dalam bentuk skala 1-3, 1-5 atau 1-7.



### 3. Regresi Linier Sederhana

Menurut *Supranto* (2004), manfaat dilakukannya analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap peubah bebas terhadap peubah tak bebas, serta dapat meramalkan nilai peubah tak bebas Y, jika seluruh peubah bebas sudah diketahui nilainya. Perhitungan analisis regresi linear sederhana untuk  $n$  peubah dilakukan berdasarkan rumus berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X = Kualitas Pelayanan

$\alpha$  = Nilai Konstan

$\beta$  = Nilai Konstanta

$\varepsilon$  = Faktor pengganggu/galat.

### 4. Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>).

Menurut *Poerwanto* dan *Sulistiyastuti* (2007:185) analisis koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam hal ini mengukur kuat atau lemahnya hubungan antara penerapan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Selain mengukur kekuatan hubungan, koefisien korelasi juga dapat digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara dua variabel. Tanda “+” menunjukkan hubungan searah, artinya apabila nilai variabel independen meningkat. Tanda “-” menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, artinya apabila nilai variabel independen meningkat, maka nilai variabel dependennya menurun.

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur besarnya presentase pengaruh semua variabel independen dan model regresi terhadap variabel dependennya yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan nasabah (Y). Apabila koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil berarti semakin kecil pengaruh variabel dependennya. Sebaliknya, apabila nilai koefisien semakin mendekati 100% maka makin besar pengaruh independen terhadap variabel dependen.

### 5. Pengujian Hipotesis t

Uji  $t$  dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing peubah independen berpengaruh

terhadap peubah dependen atau tidak. Pada regresi berganda, mungkin peubah  $X_1, X_2, \dots, X_n$  secara bersama-sama berpengaruh nyata. Namun, belum tentu secara individu atau parsial seluruh peubah tersebut berpengaruh nyata terhadap peubah terikat  $Y$ , dengan demikian diperlukan uji parsial atau uji  $t$ . Melihat nyata uji  $t$  dengan memperhatikan nilai nyata  $t$  hitung kecil dari alpha yang ditetapkan. Rumus untuk uji  $t$  adalah :

$$t = (b - \beta) / S_b$$

dimana :

$$S_b = S_{yx} / \sqrt{\sum (x - \bar{x})^2}$$

## PEMBAHASAN

Dari pembahasan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka strategi yang diterapkan pihak Bank BTPN Cabang Manado terutama dalam bidang pelayanan harus dapat dilaksanakan dengan baik. Adapun strategi yang dapat diterapkan

Bank BTPN Cabang Manado berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah:

### a. Bukti Fisik (Tangibles)

Kondisi tampilan gedung Bank BTPN Cabang Manado saat ini jauh lebih baik secara interior dan eksterior dan telah didukung juga dengan suasana yang

nyaman dan fasilitas perbankan yang baik, tanpa meninggalkan kesan aman bagi nasabah. Nasabah dapat merasa lebih nyaman dan tidak bosan ketika berkunjung ke Bank BTPN Cabang Manado. Hal ini penting dalam memberikan kesan pertama secara tampilan fisik untuk dapat menarik nasabah baru dan sebagai nilai tambah untuk bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.

Sarana non operasional atau sarana pendukung Bank BTPN Cabang Manado, seperti tersedianya sarana area parkir yang luas dan memadai belum memenuhi keinginan nasabah saat menggunakan sarana tersebut. Area parkir yang kurang luas menyulitkan nasabah dalam memarkirkan kendaraannya.

Kerapihan penampilan pegawai Bank BTPN Cabang Manado secara fisik memberikan kesan yang baik bagi nasabah, hal ini dikarenakan selama melayani nasabah, pegawai bank telah berpenampilan semenarik mungkin.

Penampilan pegawai bank ini penting dipertahankan karena merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Dengan penampilan awal yang baik akan memberikan kesan yang baik terhadap nasabah, sehingga timbul rasa kagum, simpatik, dan hormat terhadap nasabah. Dapat disimpulkan, Bukti fisik (Tangibles) harus dimiliki pada Bank BTPN Cabang Manado dan pegawai bank

karena Bukti Fisik ini akan terlihat langsung oleh nasabah, maka dari itu Bukti fisik harus diperhatikan untuk tetap menarik dan modern. Khususnya, sarana area parkir yang kurang luas dan memadai perlu dicarikan solusi dan diperbaiki.

#### **b. Keandalan (Reliability)**

Kemudahan prosedur pelayanan seperti membuka tabungan dan giro, mengirim uang (transfer uang), maupun transfer antar bank, serta pengambilan uang serta penyetoran uang (menabung), memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan.

Selanjutnya, nasabah akan merasa aman apabila mengetahui bahwa pegawai bank yang akan melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan misalnya pencatatan saldo rekening nasabah sehingga tidak terjadi antrian panjang dan memberikan informasi secara akurat.

Dapat disimpulkan, Keandalan (Reliability) karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat dan memuaskan, perlu di jaga dan diteruskan.

#### **c. Daya Tanggap (Responsiveness)**

Untuk mengantisipasi kinerja pegawai bank yang tidak mengecewakan nasabah, pegawai bank perlu terus meningkatkan respon yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, membantu

nasabah yang mengalami kesulitan pengisian slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah.

Dapat disimpulkan, Daya Tanggap (Responsiveness) merupakan variabel yang menunjukkan keinginan dan kemauan pegawai bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh pegawai bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah secara adil. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada pegawai bank berupa imbalan yang sesuai dengan kemampuannya.

#### **d. Jaminan (Assurance)**

Pada jasa perbankan, nasabah menginginkan adanya jaminan keamanan pada transaksi yang dilakukan (baik transaksi yang dilakukan di kantor cabang maupun transaksi yang dilakukan melalui mesin ATM). Selain itu nasabah juga menginginkan keamanan akan dana simpanan yang dipercayakan di PT. Bank BTPN Cabang Manado harus mampu membangun posisi yang aman dibanding dengan bank-bank lain melalui stabilitas bank terhadap kegiatan perekonomian di Indonesia.

Dapat disimpulkan, Jaminan (Assurance) pegawai Bank BTPN Cabang Manado pada pengetahuan, kompetensi dan sifat atau perilaku kepada nasabah penting ditingkatkan agar nasabah yakin akan keputusan melakukan transaksi pada Bank Syariah Mandiri adalah keputusan yang benar dan tepat.

#### **e. Perhatian (Empathy)**

Variabel ini merupakan bentuk perhatian individual pegawai bank kepada nasabah. Merupakan bentuk dari sikap cepat tanggap yang diinginkan oleh nasabah. Pegawai bank diusahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Di mata nasabah, sikap pegawai bank yang memberikan perhatian dengan menjalin hubungan secara interaktif (terus menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dan pegawai bank. Sikap empati ini memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau perolehan keuntungan perusahaan saja.

Dapat disimpulkan, Empati (Empathy) pegawai Bank BTPN Cabang Manado mampu meningkatkan layanan yang dapat memberi kemudahan serta mampu menciptakan hubungan baik dengan nasabah dalam jangka panjang.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persamaan regresi sederhana yang didapatkan adalah  $Y = 0,958 + 0,176 X$ .
2. Kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ .
3. Hubungan antara variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) adalah kuat, dilihat dari nilai  $R = 0,713$ .
4. Besarnya pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah). Nilai R Square di atas dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebesar 50,9% sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Bank BTPN Cabang Manado agar mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya, karena pada

penelitian terbukti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya jurusan Ilmu Administrasi Bisnis agar memberikan waktu yang lebih kepada peneliti, agar dapat lebih mendalami tentang pemasaran jasa khususnya kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah jumlah sampel bahkan menambah jumlah variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti promosi dan bonus.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang, Lebrin R. 2005. *Kepuasan Pelanggan : Pengukuran dan Penganalisaan Dengan SPSS*. Jakarta, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fandy Tjiptono (2002 : 2) *Strategi Pemasaran yogyakarta* : penerbit Andi i\_Service Quality Statifaction Yogyakarta.
- Gasperz, Vincent. 2002. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa : Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Global* Jakarta, Penerbit PT.Gramedia Pustaka Utama.Ghalia Inddstri.
- Gasperz.V. (2005). *Kualitas Dalam Indrusti Jasa*.
- Gasperz, Vincent 2011, *Total Quality Management*. PT. Garamedia Pustaka Umum Utama. Jakarta.
- Husein, Umar.2003.*Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta.: PT. Gramedia Pustaka.
- Ibrahim, Buddy. 2000. *TQM (Total Quality Management) : Panduan Untuk Menghadapi Persaingan Global* Jakarta, Penerbit Djambatan.
- Kotler, Philip ( 2002 : 83 ). *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Anlisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat Jakarta.
- Kotler P. 1997.*Manajemen Pemasaran : Analisa. Perencanaan, Implementasidan Pengendalian*.Surakarta, Penerbit Pabelan.
- Kotler P. 2002.*Manajemen Pemasaran : Perspektif Asia* Yogyakarta, PenerbitAndi.
- Nasution, Nur 2004\_*Manajemen Terpadu (Total Service Management)*.Penerbit Ghalia Indonesia Bgoor.

Nasution 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*  
: Ghalia Jakarta Indonesia

Tjiptono dan Anastasia Diana (2002 : 4)  
*total Quality Management*. Edisi  
Revisi\_Andi Yogyakarta.

Kotler, Philip 1992, *Manajemen  
Pemasaran Analisis, Perencanaan dan  
Pengendalian* : Jilid 1 Terjemahan Jakarta.  
Penerbit Erlangga Jakarta.

Tjiptono, Fandy (2002) *Manajemen Jasa*,  
Andi Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Gregorios Canada  
2005, *Service Quality and Statification*  
Andi Offset Yogyakarta.

Ibrahim, Buddy, 2002, TQM (Total  
Quality Management) : *Panduan  
Menghadapi persaingan  
global*, Djambatan Jakarta.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana  
2003, *Total Quality Management* Cetakan  
kedua, Andi Offset Yogyakarta.

Tjiptono Fandy (2001) *Strategi  
Pemasaran, Edisi 1*. Offsetr  
Yogyakarta\_2007 Strategi Pemasaran.

(Reserch Methods For Busines, LR. Gay  
Dan P.L. Diehl 1992)

(Rescoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992  
: 52) *Pedoman Penentuan Jumlah  
Sampel*.

#### Sumber lain :

- [Http//ms.Wikipedia.org  
/wiki/pekali\\_Gini](http://ms.Wikipedia.org/wiki/pekali_Gini) (Detik.Com)
- keputusan PERBANAS tanggal 1 Juli  
1987, No.600.1.1987, tentang  
penerimaan dan pengesahan Bnak  
Tabungan Pensiunan Nasional  
(BTPN).
- SPSS for Windows Version 18.0